THE CANADIAN TRADE COMMISSIONER SERVICE

November 2002

Agri-Food Sector Profile - Barbados and the Eastern Caribbean

Elizabeth Clarke,
Commercial Assistant
Canadian High Commission
PO Box 404, Bishop's Court Hill
St. Michael, Barbados
Tel.: (246) 429-3550 ext. 3354
Fax: (246) 437-8474
E-mail: elizabeth.clarke@dfait-maeci.gc.ca
Internet: http://www.infoexport.gc.ca/bb

MARKET RESEARCH CENTRE | CENTRE DES ÉTUDES DE MARCHÉ

Market Overview

The market area for the eastern Caribbean region covered by the High Commission includes the islands of Anguilla, Antigua and Barbuda, Barbados, British Virgin Islands, Dominica, Grenada, Guadeloupe, Martinique, Montserrat, St. Kitts and Nevis, St. Lucia, St. Maarten/St. Martin, and St. Vincent and the Grenadines. The combined population of these islands is approximately 1.8 million people. Many of these islands have a well-developed tourist trade, increasing the overall consumption levels of the market and the diversity of the products required. For example, Barbados has a base population of 270 000 people. During 2001, Barbados had over one million visitors, including both "stay over" and cruise passengers, thereby elevating the food consumption requirements significantly. All of the islands in this region are import dependent, including in the food products sector. The islands' agriculture and manufacturing industries are limited and are not generally capable of supplying the local markets.

The food industry varies slightly among islands, but the basic infrastructure is the same. Each island has an abundance of small retail shops that supply local areas. In the business centres, larger grocery stores exist. These stores, in general, are not as advanced as those found in North America. Many of these outlets have insufficient storage space and therefore can not carry large inventories. In some of the more developed countries, such as Barbados, large, full-scale stores do exist that are comparable to any medium-size store in Canada. In general, there is a growing trend toward warehouse retailers and direct buying. Consumers are already comfortable buying through the wholesale format, and the stripped-down retail format is expected to catch on.

Establishing a new product in a particular market requires time and a minimal amount of advertising investment. Advertising costs vary across the region and are

generally low compared to Canada. Once a product has become established in one island, it becomes relatively easy to expand to other islands. The consumption habits are relatively similar throughout the region, and if your products are accepted in one market, other markets will likely accept them as well. Labelling requirements are compatible with Canadian requirements for local sale. For instance, the country of origin must be provided, and best-before dates must be consumer-friendly.

Opportunities

The markets in this region have been increasingly opening up to new products, especially ethnic foods, high-end gourmet foods, convenience foods, health foods and organic foods. The markets continue to carry a need for many of the basic products, to supply the local market, but the tourism industry in particular has increased the demand for a wide variety and high quality of products. Many of the local restaurants and hotels employ world-class chefs who expect products at the standards they are used to. While these products are not purchased in high volumes, high-end establishments are willing to fly in products direct to obtain what they are looking for. The high-end gourmet market has grown dramatically over recent years and is now estimated at $36.9 million [1]. Products included in this market are specialty meat (e.g. quail, top quality steaks), seafood (lobster, shrimp, scallop, snail, salmon, anchovies, snow crab meat, mussels, clams), capers, couscous, caviar, and paté. Imports of these products come from Japan, Russia, Thailand, France, Norway, Italy and the United States. There is a limited opportunity for strategic alliances or joint ventures with local manufacturers in agri -food processing.

The French islands of Martinique, Guadeloupe and St. Martin should be considered similar to the French market, as all the same EU and French regulations regarding the production, handling, shipment, etc. of foods apply. EU certification for meat products is strictly enforced in the region.

Market Access Consideration

Numerous barriers to entry exist in many of these countries, but these barriers vary from island to island. In some cases, licences are in place that restrict the quantity of imports for a particular product--or prohibit it entirely. Some islands have high duty rates or surtaxes added to particular products. In general, the local agri -food industries that are being protected through these barriers include fruits and vegetables, dairy, meat and poultry products, and beer and soft drinks. Canadian exporters should check with the High Commission in Barbados or the Customs Authority for the targeted island to determine if their products would face entry difficulties in a particular market. All of these islands are signatories to the World Trade Organization (WTO), and as such are changing their tariff structure to fulfill their WTO obligations; however, the schedule for change varies by the island. Barbados is moving to adjust the tariff structure to meet its obligations commencing 2004. The region is in the midst of negotiations to join an expanded Free Trade Area of the Americas (FTAA) and there is an expectation that this will provide preferential access to the markets of the Caribbean.

Direct shipping access from Atlantic Canada, including shortened transhipment times, to some of the islands has improved over the last year, enabling Canadian firms to take advantage of growing opportunities in this region. Consolidation and LCL service is now available for fresh, frozen and chilled shipments out of Saint John, N.B. Shipping and consolidation through Miami remains a popular option as well.

Major Competition

The United States is the largest supplier of products to the Caribbean (43% of food imports into Barbados in 2001). England has a strong influence in many of these markets as well, due to the fact that many of the islands were English colonies until quite recently. France is a major supplier for products to the French islands. A limited amount of goods also comes in from South America. The market for

Canadian food stuffs is strong but needs to be developed further (8% of food imports into Barbados in 2001). West Indians demand good service from their suppliers. They are also very loyal. If a Canadian supplier takes the time to develop a good relationship with a buyer in this market, the buyer will remain loyal to them for years. Although price does come into play, consistent service and supply are important qualities that buyers look for. This provides an excellent opportunity for Canadian manufacturers who feel they cannot compete on a price-point but can on quality and service, especially for higher-end products.

Key Contacts for Barbados

Price Control Department Bloc 1, Pelican Industrial Estate St. Michael, Barbados Tel: 246-437-3570/53 Fax: 246-228-3821 Email: Pcd@caribsurf.com Approval of Import Licences	**Barbados Agricultural Development & Marketing Corporation (BADMC)** Fairy Valley Plantation House Christ Church, Barbados Tel: 246-428-0250/1743 Fax: 246-428-0152 Sole importer of Chicken parts & Onions
Ministry of Agriculture Wildey, St. Michael, Barbados Tel: 246-428-4150(gen)/427-5073 (meats)/426-1222(fruit & veg) Fax: 246-420-8444 Register as importer; issues licences for importation of licenced foods; inspection of foods at points of entry	**Barbados National Standards Institution** Culloden Road, St. Michael, Barbados Tel: 246-426-3870 Fax: 246-436-1495 Standards for Labels, Weights & Measures etc.
Controller of Customs Port Authority Bldg Bridgetown Port, Barbados Tel: 246-430-2300 Fax: 2436-430-2370	**Barbados Customs Brokers Association** c/o Big P Customs Brokers A S & L T Inc The Cottage, Codrington Rd, St. Michael, Barbados Tel: 246-424-2369/8354 Fax: 246-438-0890

Other Sources of Information and Web Sites

The Department of Foreign Affairs and International Trade's Tariff and Market Access Division (EAT) in Ottawa can advise you on product classification, customs duties, taxes and customs procedures. Please contact EAT by fax (613) 992-6002. To speak directly with an information officer call (613) 944-5070 or (613) 944-1569. You can also send an email to eat@dfait-maeci.gc.ca

For country customs contact information, customs tariff documents and specific market reports for the region:
http://www.infoexport.gc.ca/bb

Department of Foreign Affairs and International Trade:
http://www.dfait-maeci.gc.ca/latinamerica (Information on Latin American and Caribbean Region)

ExportSource:
http://exportsource.gc.ca

InfoExport:
http://www.infoexport.gc.ca (...and link to DFAIT's hundreds of sectoral market information packages)

Agriculture and Agri-Food Canada - Market Information:

http://ats.agr.ca/info/mkinfo-e.htm

Organization of Eastern Caribbean States:
http://www.caribisles.org

1. All monetary amounts are expressed in Canadian dollars unless otherwise indicated. The conversion rate to Canadian dollars is based on IDD Information Services, *Tradeline* , 10/2000

Is this site for you? | Our Commitment
Our Market Reports and our Services Abroad by Industry, by Country
Link to Other Services

Last Updated:
2002/12/10

Top of Page

Important Notices

Novembre 2002

Profil du secteur agroalimentaire - La Barbade et les Caraïbes orientales

Elizabeth Clarke, adjointe commerciale
Haut-Commissariat du Canada
C. P. 404, Bishop's Court Hill
St. Michael, La Barbade
Tél. : (246) 429-3550, poste 3354
Téléc. : (246) 437-8474
Courriel : elizabeth.clarke@dfait-maeci.gc.ca
Internet : http://www.infoexport.gc.ca/bb

MARKET RESEARCH CENTRE | CENTRE DES ÉTUDES DE MARCHÉ

Aperçu du marché

Le marché de la région des Caraïbes orientales couvert par le Haut-Commissariat comprend les îles suivantes : Anguilla, Antigua-et-Barbuda, la Barbade, les îles Vierges britanniques, la Dominique, la Grenade, la Guadeloupe, la Martinique, Montserrat, Saint-Kitts-et-Nevis, Sainte-Lucie, Saint-Martin et Saint-Vincent-et-les-Grenadines. La population de ces îles réunies est d'environ 1,8 million d'habitants. Plusieurs de ces îles ont une industrie touristique bien développée, laquelle fait augmenter le niveau général de consommation du marché et la diversité des produits nécessaires. Par exemple, la Barbade a une population de 270 000 habitants. En 2001, la Barbade a accueilli plus d'un million de visiteurs, en comprenant aussi bien ceux qui y ont effectué un séjour que ceux des bateaux de croisière, phénomène qui a fait augmenter sensiblement les besoins dans le domaine de la consommation alimentaire. Toutes les îles de cette région dépendent des importations, y compris dans le domaine des produits alimentaires. Le secteur agricole et le secteur de la fabrication de ces îles sont limités et, de façon générale, ne peuvent pas répondre à la demande du marché local.

Le secteur alimentaire diffère un peu d'une île à l'autre, mais l'infrastructure de base est la même. Chacune des îles a de nombreux petits magasins de détail qui fournit le marché local. Dans les centres d'affaires, il y a de plus grands magasins d'alimentation. Ces magasins ne sont en général pas aussi développés que ceux d'Amérique du Nord. Beaucoup n'ont pas suffisamment d'espace d'entreposage et n'ont donc pas la possibilité d'avoir des stocks abondants. Dans certains des pays les plus développés, par exemple la Barbade, il y a de grands magasins complets qui sont comparables aux magasins de taille moyenne du Canada. De façon générale, on observe une tendance vers la formule du magasin-entrepôt pour la vente au détail et aussi vers la formule de l'achat direct. Les consommateurs ont déjà l'habitude d'acheter dans des entrepôts de gros, et l'on prévoit que le magasin

de vente au détail réduit à la formule de l'entrepôt va être de mieux en mieux accueillie.

L'introduction d'un nouveau produit sur un marché donné demande du temps et un minimum d'investissement dans la publicité. Les coûts de publicité varient à l'intérieur de la région et sont de façon générale peu élevés en comparaison de ceux du Canada. Une fois qu'un produit est établi dans une des îles, il devient assez facile de le vendre aussi dans les autres îles. Les habitudes de consommation sont assez semblables dans l'ensemble de la région, et, si vos produits sont bien accueillis dans un marché, il est probable qu'ils seront bien reçus dans les autres marchés également. Pour la vente locale, les normes d'étiquetage sont compatibles avec les normes canadiennes. Par exemple, le pays d'origine doit être indiqué et les indications de dates de péremption doivent être faciles à comprendre pour les consommateurs.

Débouchés

Les marchés de cette région se sont de plus en plus ouverts aux nouveaux produits, en particulier aux mets ethniques, aux produits d'épicerie fine haut de gamme, aux aliments pré-cuisinés, aux aliments de santé et aux aliments biologiques. Les marchés continuent d'avoir besoin de beaucoup des produits de base pour répondre à la demande locale, mais l'industrie touristique, en particulier, a fait progresser la demande d'aliments très diversifiés et de haute qualité. Plusieurs des restaurants et hôtels locaux emploient des chefs de réputation mondiale, lesquels veulent dans les produits qu'ils utilisent la qualité à laquelle ils sont habitués. Bien que ces produits ne soient pas achetés en grandes quantités, les établissements de haut de gamme sont disposés à faire venir directement par avion les produits qu'ils recherchent. Le marché des produits d'épicerie fine haut de gamme a fortement progressé ces dernières années, et sa valeur est maintenant estimée à 36,9 millions de dollars[1]. Les produits de ce marché sont les viandes de spécialité (p. ex. les cailles et le boeuf de première qualité), les fruits de mer (homard, crevettes, pétoncles, escargots, saumon, anchois, chair de crabe des neiges, moules, palourdes), les câpres, le couscous, le caviar et le pâté. Ces produits sont importés du Japon, de Russie, de Thaïlande, de France, de Norvège, d'Italie et des États-Unis. Il y a des débouchés limités pour l'adoption d'alliances stratégiques ou la formation de coentreprises avec des fabricants locaux du domaine de la transformation des aliments.

Les îles françaises de la Martinique, de la Guadeloupe et de Saint-Martin doivent être considérées comme le marché de la France, étant donné que s'y appliquent les mêmes règlements que sur le marché de l'UE et de la France en ce qui concerne la production, la manutention, l'expédition, etc., des produits alimentaires. La certification de l'UE pour les produits carnés est appliquée de façon stricte dans la région.

Facteurs à considérer pour accéder au marché

Dans plusieurs de ces pays, il y a de nombreux obstacles à l'entrée, mais ces obstacles varient d'une île à l'autre. Dans certains cas, il y a des licences obligatoires qui limitent quantitativement ou interdisent complètement l'importation d'un produits en particulier. Certaines îles imposent des droits de douane ou des surtaxes élevés, qui viennent s'ajouter pour certains produits. De façon générale, les industries agroalimentaires protégées par ces barrières à l'entrée sont celles des fruits et légumes, des produits laitiers, de la viande, de la volaille, de la bière et des boissons gazeuses. Les exportateurs canadiens devraient s'informer auprès du Haut-Commissariat à la Barbade ou des autorités douanières en fonction de l'île considérée, afin de déterminer si leurs produits devront faire face à des difficultés dans un marché donné. Toutes les îles font partie de l'Organisation mondiale du commerce (OMC) et modifient donc leur structure tarifaire de manière à remplir leurs obligations définies dans le cadre de l'OMC; cependant, le calendrier des changements varie d'une île à l'autre. La Barbade modifiera sa structure tarifaire en fonction de ses obligations à partir de 2004. La région est en pourparlers en vue d'entrer dans une ZLEA (zone de libre-échange des Amériques) étendue, et l'on s'attend à ce que cette entrée donne un accès préférentiel aux marchés des Caraïbes.

Depuis un an, l'expédition directe à partir de la région Atlantique du Canada -- en comprenant la réduction du temps de transbordement -- vers certaines des îles s'est améliorée et a permis aux entreprises canadiennes de tirer avantage des débouchés de plus en plus nombreux offerts par cette région. Les services de groupage et d'expédition de détail sont désormais disponibles pour les envois de produits frais, congelés et frigorifiés à partir de Saint-Jean (N.-B.). L'expédition et le groupage par Miami demeurent aussi une possibilité très utilisée.

Principaux concurrents

Les États-Unis sont le plus gros fournisseur de produits aux Caraïbes (43 % des importations de produits alimentaires de la Barbade en 2001). L'Angleterre a elle aussi une forte influence dans plusieurs de ces marchés, parce que plusieurs des îles ont été des colonies anglaises jusqu'à assez récemment. La France est un fournisseur important de produits dans les îles françaises. Une quantité limitée de produits viennent aussi d'Amérique du Sud. Le marché des produits alimentaires canadiens est solide, mais doit être développé plus avant (8 % des importations alimentaires de la Barbade en 2001). Les Antillais exigent un bon service de leurs fournisseurs. Ils sont en outre très fortement caractérisés par leur loyauté. Si un fournisseur canadien prend le temps d'élaborer une bonne relation d'affaires avec un acheteur dans ce marché, l'acheteur lui demeurera loyal pendant des années. Le prix a bien sûr de l'importance, mais la régularité du service et de l'approvisionnement est une qualité importante et que recherche l'acheteur. Ces caractéristiques créent une excellente possibilité pour les fabricants canadiens qui ont l'impression de ne pouvoir pas soutenir la concurrence sur les prix, mais de le pouvoir sur la qualité et le service, en particulier pour les produits haut de gamme.

Principaux contacts à la Barbade

Price Control Department
[Service du contrôle des prix]
Bloc 1, Pelican Industrial Estate
St. Michael, La Barbade
Tél. : 246-437-3570/53
Téléc. : 246-228-3821
Courriel : Pcd@caribsurf.com
Approbation des licences d'importation.

Ministry of Agriculture
[Ministère de l'agriculture]
Wildey, St. Michael, La Barbade
Tél. : 246-428-4150(gén.)/427-5073 (viandes)/426-1222(fruits et légumes)
Téléc. : 246-420-8444
Inscription des importateurs; délivrance des licences d'importation pour les aliments autorisés; inspection des aliments aux points d'entrée.

Controller of Customs
[Contrôleur des douanes]
Port Authority Bldg
Bridgetown Port, La Barbade
Tél. : 246-430-2300
Téléc. : 2436-430-2370

Barbados Agricultural Development & Marketing Corporation (BADMC)
[Société barbadienne de développement et de commercialisation des produits agricoles]
Fairy Valley Plantation House
Christ Church, La Barbade
Tél. : 246-428-0250/1743
Téléc. : 246-428-0152
Seul importateur de morceaux de poulet et d'oignons

Barbados National Standards Institution
[Institut national des normes de La Barbade]
Culloden Road, St. Michael, La Barbade
Tél. : 246-426-3870
Téléc. : 246-436-1495
Normes pour l'étiquetage, les poids et mesures, etc.

Barbados Customs Brokers Association
[Association des courtiers en douane de La Barbade]
c/o Big P Customs Brokers A S & L T Inc
The Cottage, Codrington Rd, St. Michael, La Barbade
Tél. : 246-424-2369/8354
Téléc. : 246-438-0890

Autres sources de renseignements et sites Web

La Direction des droits de douane et de l'accès aux marchés (EAT) du ministère des Affaires étrangères et du Commerce international, à Ottawa, peut vous conseiller sur la classification des produits, sur les droits de douanes, sur les taxes et sur les formalités douanières. Veuillez contacter EAT par télécopieur, au numéro suivant : (613) 992-6002. Pour parler directement à un agent d'information, composez le (613) 944-5070 ou le (613) 944-1569. Vous pouvez aussi communiquer par courrier électronique à l'adresse suivante :
eat@dfait-maeci.gc.ca

Pour les douanes de chaque pays, consultez les documents d'information, les documents sur le tarif des douanes et les études de marché portant sur cette région, à l'adresse suivante :
http://www.infoexport.gc.ca/bb

Ministère des Affaires étrangères et du Commerce international :
http://www.dfait-maeci.gc.ca/latinamerica (Information sur l'Amérique latine et sur la région des Caraïbes)

ExportSource:
http://exportsource.gc.ca

InfoExport:
http://www.infoexport.gc.ca (... et lien avec les centaines de rapports du MAECI sur différents marchés sectoriels)

Agriculture et Agroalimentaire Canada - Renseignements sur les marchés :
http://ats.agr.ca/info/mkinfo-e.htm

Organisation des États des Caraïbes orientales :
http://www.caribisles.org

1. Sauf avis contraire, toutes les sommes sont exprimées en dollars canadiens. Le taux de conversion en dollars canadiens est fondé sur les données d'IDD Information Services, *Tradeline*, octobre 2000